Cento anni di Edgard Morin

Vanni Codeluppi
8 Luglio 2021

Edgar Morin è stato uno studioso che ha saputo avere un ruolo pionieristico in numerosi ambiti. Uno di quelli che l'ha visto tra i primi protagonisti è quello dell'analisi sociologica della cultura creata dai media. Erano i primi anni Sessanta e negli Stati Uniti, sul ruolo svolto dai media nella società, c'erano già state le riflessioni fortemente critiche di Max Horkheimer e Theodor Adorno in *Dialettica dell'illuminismo* e le prime analisi di Marshall McLuhan ne *La sposa meccanica*, mentre in Europa Roland Barthes aveva già cominciato ad analizzare i suoi *Miti d'oggi*. Però la prima analisi sistematica del ruolo sociale svolto dalla cultura dei media si deve a Morin, che nel 1962 ha pubblicato *L'esprit du temps,* tradotto in Italia nello stesso anno dall'editore Il Mulino con il titolo *L'industria culturale* e ripresentato nel 2002 da Meltemi come *Lo spirito del tempo*.

Morin si era già occupato della cultura dei media nel 1956 con *Il cinema o l'uomo immaginario* e nel 1957 con *I divi*, ma è soltanto mediante *Lo spirito del tempo* che ha compiuto un'analisi approfondita e ad ampio spettro di questo tipo di cultura. La quale, come sosteneva in tale libro, viene prodotta e diffusa socialmente a partire dalle tecniche e dalle regole impiegate dall'industria culturale, ma non può essere trattata in maniera semplificata, perché «costituisce un corpo di simboli, di miti e immagini concernenti la vita pratica e la vita immaginaria, un sistema di proiezioni e di identificazioni specifiche, che si aggiunge alla cultura nazionale e alla cultura umanistica, entrando in concorrenza con loro» (p. 32).

Il suo successo dipende perciò principalmente dalla capacità di adattarsi alle aspirazioni e ai bisogni degli individui. Dalla capacità cioè di mediare tra la standardizzazione e l'individualizzazione. Il che è reso possibile dalla sua natura sincretica. Infatti, essendo destinata a un consumo estremamente vasto, la cultura dei media ha la necessità di omogeneizzare al suo interno i contenuti di natura differente che contiene. Si spiega così perché tenda progressivamente ad avvicinare i suoi due principali ambiti: quello dell'informazione e quello della *fiction*. Con la conseguenza che nell'informazione acquisiscono importanza i fatti

di cronaca, mentre la *fiction* adotta un linguaggio realistico.

Morin ha adottato perciò una visione dialettica del rapporto esistente nella società tra il sistema di produzione culturale e i bisogni degli individui, in quanto era convinto che la produzione avesse la necessità vitale di sfruttare l'esistenza di una relazione costante tra la ripetizione e l'innovazione, la standardizzazione e la creatività. Ciò fondamentalmente avviene perché l'industria culturale non può fare a meno di mantenere vive delle aree d'innovazione e di creatività dalle quali attingere di volta in volta idee e talenti per le sue attività commerciali. Ha bisogno cioè di energie nuove da riversare all'interno di prodotti che possano essere venduti sul mercato.

Non a caso, anche quando ha parlato del ruolo sociale svolto dalla pubblicità, Morin ha sottolineato che questa sviluppa una dialettica tra informazione e incitamento e che la dialettica dell'informazione-incitamento si integra nell'altra dialettica della ripetizione-innovazione. La quale, a sua volta, va ad aggiungersi alla dialettica tra magia e tecnologia. Perché, per Morin, la pubblicità è in grado di impiantare efficacemente un mondo animista su un mondo tecnico.
Analogamente, anche il cinema per Morin cerca costantemente di dare vita a una dimensione onirica che è lontana dalla quotidianità, ma si mescola e confonde con quella materiale. E, proprio per questo, il divo, con la sua natura ibrida di soggetto al tempo stesso umano e divino, riesce ad incarnare l'essenza stessa del

cinema. Così, si può dire che, secondo Morin, la pubblicità, il cinema e i divi devono la loro efficace azione all’interno della cultura contemporanea dei media alla capacità di tenere insieme oggettività e soggettività, razionalità e magia, reale e immaginario.

Morin si è dunque distaccato con forza da quella posizione critica e radicale che era stata assunta in precedenza da Horkheimer e Adorno nei confronti della cultura dei media, sebbene sia stato influenzato da tale posizione quando ha considerato il ruolo svolto dai destinatari dei messaggi della cultura dei media, che ha solitamente descritto come dei soggetti passivi e puramente reattivi.

Rimane comunque il fatto che Morin ha adottato negli anni Sessanta una visione di tipo dialettico per interpretare i linguaggi operanti all’interno della cultura dei media. Una visione che oggi possiamo considerare estremamente lungimirante, in quanto consente ancora di spiegare il funzionamento del sistema dei media. Pertanto, possiamo dire che anche per noi, come per Morin, il reale e l’irreale sono l’uno costitutivo dell’altro.

edgar_morin_1.jpeg

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO